

MACIEJ KOSZOWSKI

WIEDZA O NIEZGODNOŚCI TOWARU KONSUMPCYJNEGO Z UMOWĄ

1. WPROWADZENIE

Zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002 r., nr 141, poz. 1176, wraz z późniejszymi zmianami)¹ sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową wówczas, gdy kupujący w chwili zawarcia umowy o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. Zbliżonym zwrotem posługuje się przetransponowana za pośrednictwem tej ustawy do polskiego prawa krajowego dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/WE,² której art. 2 ust. 3 stanowi, że brak zgodności z umową nie występuje, jeżeli w momencie zawierania umowy konsument był świadomy lub, racjonalnie rzecz biorąc, nie mógł być nieświadomy istnienia tego braku. Podobną regulację zawiera również art. 35 ust. 3 Konwencji wiedeńskiej³. Według niego sprzedawca nie ponosi odpo-

Dr MACIEJ KOSZOWSKI – adiunkt Katedry Prawa Administracyjnego Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej; adres do korespondencji: ul. Cieplaka 2c, 41-300 Dąbrowa Górnicza; e-mail: koszowskimaciej@gmail.com

¹ Dla uproszczenia zwana dalej: „ustawą o sprzedaży konsumenckiej” albo „ustawą” (czasem z dodatkiem „polska”).

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/WE z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. WE L 171, z 07.07.1999 r.), w dalszej części artykułu nazywana „dyrektywą”.

³ Konwencja Narodów Zjednoczonych o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów, sporządzona w Wiedniu dnia 11 kwietnia 1980 r., ratyfikowana przez Polskę w dniu 13 marca 1995 r. (Dz. U. z 1997 r., nr 45, poz. 286), w stosunku do której weszła w życie z dniem 1 czerwca 1996 r., w niniejszym artykule określana w skrócie „Konwencją wiedeńską” lub „Konwencją”.

wiedzialności za brak zgodności towarów, o jakim kupujący wiedział lub nie mógł nie wiedzieć w chwili zawarcia umowy⁴.

Jak nietrudno zauważyć, we wszystkich trzech wymienionych wyżej aktach prawnych wiedza kupującego o niezgodności towaru z umową przybiera dwie postacie: raz jest wiedzą „faktyczną”, tj. rzeczywiście przez kupującego posiadaną, a raz wiedzą po jego stronie tylko spodziewaną, zatem „postulowaną” lub „domniemaną”. Z uwagi na swego rodzaju fikcje prawne, jakie przewiduje polski porządek prawny, na gruncie tego porządku – przynajmniej *prima facie* – oprócz dwóch wspomnianych, należałoby wyszczególnić jeszcze postać trzecią, którą w niniejszym artykule będę roboczo określał „wiedzą prawną”. O tych też trzech rodzajach wiedzy w kontekście sprzedaży konsumenckiej będzie szerzej mowa w punktach kolejnych⁵.

2. WIEDZA FAKTYCZNA

Ponad wszelką wątpliwość tym, co w rozumieniu art. 7 ustawy o sprzedaży konsumenckiej zwalnia sprzedawcę z odpowiedzialności z tytułu braku zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, jest wiedza o takim braku faktycznie, w znaczeniu rzeczywiście, posiadana przez kupującego; przy czym to, skąd ta wiedza pochodzi, zdaje się już pozostawać irrelewantne⁶. Nie ma

⁴ Konstrukcja art. 35 ust. 3 Konwencji sugeruje, iż możliwość wyłączenia odpowiedzialności sprzedawcy z powodu wiedzy kupującego o niezgodności towaru z umową zachodzi wyłącznie w zakresie, w jakim strony nie poczyniły indywidualnych uzgodnień odnośnie do wymogów, którym ma sprostać nabywany towar, w tym w szczególności co do jego jakości, ilości, asortymentu oraz sposobu umieszczenia i zapakowania. Por. jednak M. J a g i e l s k a, [w:] *Konwencja wiedeńska o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów. Komentarz*, red. M. Pazdan, Kraków 2001, s. 397-398.

⁵ Odnośnie do pojęcia sprzedaży konsumenckiej na tle polskiego porządku prawnego zob. M. K o s z o w s k i, *Waga, istota i charakter umowy sprzedaży wraz z uwzględnieniem pojęcia sprzedaży konsumenckiej*, „Roczniki Nauk Prawnych” 21(2011), nr 2, s. 44-45.

⁶ W niniejszym artykule nie rozstrzygam kwestii, czy wiedza kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową w chwili zawarcia umowy sprzedaży sprawia, że towar automatycznie staje się zgodny z umową (jak wynikałoby z brzmienia art. 2 ust. 3 dyrektywy), czy też stanowi ona przesłankę egzoneracyjną dla zwolnienia się sprzedawcy z odpowiedzialności, mimo iż towar zgodny z umową nie jest (jak można by wnioskować z litery art. 7 ustawy). Rozróżnienie to bowiem wydaje się nie mieć jakiegokolwiek praktycznego znaczenia. Podobnie A. K o ł o d z i e j, [w:] *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, red. J. Jezioro, Warszawa 2010, s. 194-195. Por. jednak E. H a b r y n - M o t a w - s k a, *Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej*, Warszawa 2010, s. 179-180.

tu bowiem w zasadzie znaczenia, czy kupujący dowiedział się o występującej niezgodności z oznaczeń zamieszczonych na towarze, materiałach reklamowych, treści („tekstu”) umowy sprzedaży czy też z informacji podanej ustnie przez sprzedawcę lub osobę działającą w jego imieniu/na jego rachunek (np. ekspedienta lub kogoś z działu obsługi klienta). Co więcej, wiedza konsumenta o niezgodności może brać się i z innych, w żaden sposób niedających się powiązać z osobą sprzedawcy/producenta źródeł, jak choćby z własnych spostrzeżeń i obserwacji, tudzież opinii dotychczasowych nabywców lub ekspertów wypowiadających się w prasie fachowej.

Ponadto wydaje się, że faktyczna wiedza konsumenta o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową będzie zwalniać sprzedawcę z odpowiedzialności również wtedy, gdy ta wiedza „opierała się” na błędnych co do istoty danych i informacjach lub wynikała z nieprawidłowo przeprowadzonych wnioskowań. Oczywiście zwolnienie, o którym tu mowa, będzie wchodzić w rachubę jedynie wówczas, gdy towar, z innych przyczyn, niż założył to konsument, rzeczywiście okazał się niezgodnym, i tylko w zakresie przez konsumenta przyjętym („dopuszczonym”).

3. WIEDZA POSTULOWANA

Drugim przypadkiem, w którym sprzedawca nie będzie odpowiadał za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, zgodnie z art. 7 ustawy, jest sytuacja, gdy kupujący, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć o niezgodności. Tym razem chodzi więc nie tyle o wiedzę faktyczną, w sensie rzeczywiście przez konsumenta posiadaną, ile o wiedzę, jaką można mu przypisywać oraz jakiej można się po nim spodziewać. Fundamentalne dla wyjaśnienia istoty tego zagadnienia wydaje się przy tym uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy w ramach sprzedaży konsumenckiej kupujący zobowiązany jest do zbadania (obejrzenia, podotykania, wypróbowania, sprawdzenia itp.) nabywanego towaru.

3.1. PROBLEM BADANIA TOWARU PRZED JEGO NABYCIEM

Już na wstępie trzeba zaznaczyć, że przeważająca część przedstawicieli polskiej nauki prawa stoi na stanowisku, iż na gruncie sprzedaży konsumenckiej brak jest po stronie kupującego obowiązku dokonywania czynności polegających na badaniu towaru objętego zamiarem zakupu. Jako uzasadnienie

podaje się tutaj to, że gdyby polski ustawodawca chciał zobligować konsumenta do podejmowania tego typu czynności, to uczyniłby to w sposób wyraźny; użyte zaś w ustawie kryterium rozsądnej oceny nie należy do pojęć wskazujących na wymóg wykazania się przez kupującego jakimś stopniem staranności, tak jak czyniłby to na przykład wyrażenia „przy zachowaniu należytej staranności mógł się dowiedzieć” albo „z łatwością mógł się dowiedzieć”⁷.

Z drugiej jednak strony J. Szczotka zastanawia się nad tym, czy przypadkiem ustawa o sprzedaży konsumenckiej nie wprowadziła obowiązku zbadania towaru konsumpcyjnego przed zawarciem umowy sprzedaży oraz jego odebraniem w sposób zakamuflowany⁸. Wyraźnie na istnienie takiego obowiązku w stosunkach sprzedaży konsumenckiej wskazuje A. Sikorska⁹. Również E. Wieczorek, choć zaprzecza obowiązkowi badania, wspomina o wymogu dokonania przez kupującego „rozsądnych oględzin” nabywanego przez niego towaru¹⁰.

Odnosnie do dyrektywy – której implementację stanowi polska ustawa o sprzedaży konsumenckiej – nie wydaje się, żeby pod względem obowiązku zbadania towaru przed jego nabyciem odstąpiono w niej od rozwiązania przyjętego w – uchodzącej za pierwowzór tej dyrektywy – Konwencji wiedeńskiej. Mianowicie, zarówno w odniesieniu do Konwencji wiedeńskiej, jak i dyrektywy uważa się, że takiego obowiązku brak¹¹. Co jednak warte

⁷ Zob. E. W i e c z o r e k, *Sprzedaż konsumencka. Komentarz do ustawy*, Gdańsk 2005, s. 55; T. K i e r z y k, *Odpowiedzialność za niezgodność produktu z umową*, „Rejent” 14(2004), nr 7, s. 101; A. S o b c z a k, *Za co sprzedawca odpowiada. Nowa ustawa o sprzedaży konsumenckiej*, cz. II: *Obowiązki sprzedawcy*, „Vademecum Rzeczypospolitej” (z 5 marca 2003), nr 47 [54 (6434)], s. 7; W. C z a c h ó r s k i, A. B r z o z o w s k i, M. S a f j a n, E. S k o w r o Ń s k a - B o c i a n, *Zobowiązania. Zarys wykładu*, Warszawa 2009¹¹, s. 413; Z. R a d w a Ń s k i, J. P a n o w i c z - L i p s k a, *Zobowiązania – część szczegółowa*, Warszawa 2010⁸, s. 71; A. B r z o z o w s k i, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz do artykułów 450-1088*, t. 2, red. K. Pietrzykowski, Warszawa 2009⁵, s. 272; M. P e c y n a, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, 2007², s. 155-156; K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 197-200. Tak też projektodawcy ustawy; zob. projekt ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego wraz z rządowym uzasadnieniem, druk sejmowy nr 465, [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/465/\\$file/465.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/465/$file/465.pdf), s. 21-22.

⁸ J. S z c z o t k a, *Sprzedaż konsumencka. Komentarz*, Lublin 2007², s. 72.

⁹ A. S i k o r s k a, *Ciężar dowodu w przypadku odstąpienia od umowy sprzedaży przez kupującego z powodu wad rzeczy lub niezgodności towaru z umową*, „Radca Prawny” 18(2005), nr 76, s. 64.

¹⁰ W i e c z o r e k, *Sprzedaż*, s. 46.

¹¹ Zob. na tle Konwencji: J a g i e l s k a, dz. cyt., s. 398-399; oraz na gruncie dyrek-

wzmianki, Komitet Ekonomiczno-Społeczny miał się wypowiedzieć krytycznie odnośnie do możliwości zwolnienia się przez sprzedawcę z odpowiedzialności w przypadku braku zgodności, którego istnienia – racjonalnie rzecz biorąc – konsument nie mógł być nieświadomy¹². Fakt ten może bowiem sugerować, że jakiś wymóg badania przez kupującego towaru, jaki zamierza on nabyć, został w dyrektywie przewidziany.

Pod rządami rękojmi za wady fizyczne rzeczy sprzedanej, na mocy art. 557 § 1 i 2 k.c., sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności, ilekroć kupujący o wadzie wiedział (w chwili zawarcia umowy; a jeśli chodzi o rzeczy przyszłe lub oznaczone tylko co do gatunku, w momencie ich wydania). Sama natomiast okoliczność – jak przyjmuje się w polskiej nauce prawa – czy kupujący mógł się o danej wadzie w jakiś sposób dowiedzieć, podobnie jak i podział na wady jawne (dające się łatwo zauważyć) i ukryte, nie ma tutaj żadnego znaczenia¹³. W konsekwencji, biorąc pod uwagę zakres, w jakim przepisy o rękojmi za wady rzeczy sprzedanej znajdują swoje zastosowanie, w polskim porządku prawnym wymóg badania rzeczy (towarów) jeszcze przed zawarciem umowy/ich wydaniem nie występuje ani w obrocie powszechnym, ani w obrocie obustronnie profesjonalnym¹⁴.

tywy: K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 200-201 i S. G r u n d m a n n, *Consumer Law, Commercial Law, Private Law: How can the Sales Directive and the Sales Convention be so Similar?*, „European Business Law Review” 14(2003), nr 3, s. 241. Ten ostatni doprecyzowuje jednak, że chodzi tu o brak obowiązku badania towaru, jaki wykraczałby poza „inspekcję za pomocą wzroku” i „normalny użytek”; przy czym uzasadnienie dla takiej tezy zdaje się on widzieć w realizacji przez dyrektywę polityki nakierowanej na osiągnięcie efektywności poprzez takie rozłożenie praw i obowiązków stron umowy sprzedaży, aby wykorzystując ich potencjał, uniknąć konfliktów i ryzyka w najbardziej optymalny sposób; S. G r u n d m a n n, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, red. M. C. Bianca, S. Grundmann, Antwerpia 2002, s. 145. Podobnie na obowiązek badania towaru konsumpcyjnego przed jego nabyciem, aczkolwiek pod warunkiem, że jego koszt jest niski oraz nie większy aniżeli koszt ujawnienia niezgodności przez sprzedawcę – dokonując ekonomicznej analizy rozwiązań przewidzianych w dyrektywie, wydaje się wskazywać F. Gomez, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, s. 68. Por. też S. S t i j n s, W. v a n G e r v e n, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, s. 247.

¹² Zob. G r u n d m a n n, *Consumer*, s. 241-242.

¹³ Zob. S k ą p s k i, dz. cyt., s. 122; C. Ż u ł a w s k a, [w:] *Komentarz do kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, t. 2, red. G. Bieniek, 2009⁹, s. 66; W. K a t n e r, [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 7, Warszawa 2004², s. 130; M. W o j d y ł o, *Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi i gwarancji jakości przy umowie sprzedaży w obrocie gospodarczym*, Kraków 1999, s. 46.

¹⁴ Na temat trzech zwyczajowo wyróżnianych rodzajów obrotu: powszechnego, obustronnie i jednostronnie profesjonalnego, wraz z podtypem ostatniego z nich w postaci obrotu konsumenckiego zob. M. K o s z o w s k i, *Obrót powszechny, profesjonalny i konsumencki*, „Ius Novum” 4(2010), s. 160-164.

Wobec powyższego niewątpliwie trudno byłoby argumentować za obowiązkiem badania nabywanego towaru w stosunkach dokonującej się w Polsce sprzedaży konsumenckiej. Istnienie takiego obowiązku oznaczałoby bowiem, że polski system prawny jest w wysokim stopniu aksjologicznie niespójny, a polski prawodawca nieracjonalny. Z oczywistych względów, w przypadku umów zawieranych między zawodowymi sprzedawcami a konsumentami, konsumenci stanowią wyraźnie słabszą stronę stosunku prawnego, a przez to potrzebują większej ochrony ze strony państwa i prawa aniżeli występujący w roli kupujących profesjonalści czy podmioty nabywające towary od nieprofesjonalistów. Nie może przy tym też dziwić, że nierównowaga, z jaką mamy do czynienia w relacji konsument–profesjonalista, nie tylko nie powinna być poprzez regulacje prawne powiększana, ale wprost przeciwnie – zmniejszana. Temu postulatowi zupełnie przeczyłby jednak niekorzystny dla kupujących obowiązek badania towaru przed jego nabyciem, i to występujący jeszcze wyłącznie w warunkach sprzedaży konsumenckiej.

Po drugie, obowiązek badania przez konsumenta nabywanego towaru nie wydaje się możliwy do pogodzenia z ochronnym charakterem dyrektywy, a tym samym i *ratio legis*, wydanej w celu jej transpozycji, polskiej ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Jeśli przyjęcie dyrektywy miało przyczynić się do uzyskania wysokiego poziomu ochrony konsumentów (motyw 1 Dyrektywy) i wzmocnienia ich zaufania do transakcji zawieranych na rynku wewnętrznym (motyw 5 Dyrektywy), to wprowadzenie uciążliwego w praktyce dla kupujących obowiązku badania nabywanych towarów osiągnięciu takich celów bez wątpienia sprzyjać nie będzie. Jest tak choćby z racji następujących, w gruncie rzeczy bardzo prozaicznych powodów. Po pierwsze, towary konsumpcyjne, w szczególności te o niskiej wartości, służące do zaspokajania potrzeb życia codziennego, kupowane są zazwyczaj w pośpiechu, jeśli nie wręcz „mechanicznie”, przez co tylko nieliczni mogą sobie pozwolić na ich dokładne oglądanie i sprawdzanie. Po drugie, towary konsumpcyjne są często oferowane w opakowaniu fabrycznym, trudnym do rozpakowania bez uszkodzenia lub zmniejszenia użyteczności samego towaru, w konsekwencji czego konsument może obawiać się, iż próba zbadania skończy się dla niego koniecznością zakupu uszkodzonego towaru lub uiszczenia równowartości jego ceny. Po trzecie, w przypadku towarów konsumpcyjnych o większej wartości ich gruntowne przetestowanie, ale również nawet powierzchowne przejrzanie, utrudnia konsumentom stres, jaki wiąże się z podejmowaniem decyzji co do ewentualnego nabycia takich towarów (w tym biorący się z po-

trzeby wybrania tylko jednego z całej gamy rodzajowo podobnych produktów).

Na marginesie warto też zauważyć, że wprowadzenie w warunkach sprzedaży konsumenckiej obowiązku badania nabywanego towaru mogłoby stanowić poważną zachętę do dokonywania zakupów na odległość (np. przy wykorzystaniu internetu). W przypadku takich zakupów, z racji braku praktycznej możliwości jego wykonania, obowiązek badania towaru przed zawarciem umowy/jego wydaniem nie mógłby istnieć, a przez to i konsumenci musieliby czuć się pod tym względem o wiele bardziej bezpieczni aniżeli w trakcie wizyty w „tradycyjnym” sklepie.

3.3. KONSEKWENCJE BRAKU OBOWIĄZKU ZBADANIA TOWARU

To, że w stosunkach sprzedaży konsumenckiej nie występuje obowiązek badania towaru przed jego nabyciem, jest równoznaczne z tym, że kupujący nie jest tu w żaden sposób zobowiązany do sprawdzania, oglądania, liczenia elementów wyposażenia czy też testowania (sprawdzania funkcjonowania) podzespołów i mechanizmów nabywanego towaru. W rezultacie może on zawrzeć umowę sprzedaży, nie podejmując nawet najprostszych czynności, jakie miałyby na celu wykrycie potencjalnej niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, i nie ponieść z tego powodu jakichkolwiek negatywnych konsekwencji prawnych. Wszelkie zaś próby badania nabywanego towaru, nakierowane na upewnienie się w tym, czy towar ten jest (będzie w chwili jego wydania) zgodny z umową, nie powinny być poczytywane jako spełnianie obowiązku prawnego, a jedynie jako wybór dobrowolnie poczyniony przez konsumenta.

Tym samym, w razie opowiedzenia się za brakiem wymogu badania przez konsumenta towaru, jaki zamierza on nabyć, za nietrafne należałoby uznać te wszystkie poglądy, które w kontekście wiedzy kupującego o niezgodności z umową odwołują się do kryterium grubego (rażącego) niedbalstwa¹⁵; o takim niedbalstwie można by bowiem mówić tylko wówczas, gdyby na konsumentie spoczywał jakiś prawny obowiązek w przedmiocie ustalenia stanu, w jakim znajduje się objęty zamiarem nabycia towar. Z tych samych względów niewłaściwe byłoby interpretowanie ustawowego zwrotu „oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć” jako „zwyczajowo przyjętych czynności zwią-

¹⁵ Do takiej postaci niedbalstwa na tle dyrektywy zdaje się jednak odwoływać Grundmann, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, s. 145 oraz *Consumer*, s. 241.

zanych z obejrzeniem rzeczy, sprawdzeniem funkcjonowania głównych jej elementów”¹⁶. Na gruncie ustawy o sprzedaży konsumenckiej za nie do końca adekwatne należałoby również uznać wyrażenia typu „z łatwością mógł daną niezgodność zauważyć”, to znaczy w zakresie, w jakim sugerowałyby one, że konsument jest zobowiązany podejmować jakieś, nawet zupełnie nieskomplikowane działania, mające na celu dowiedzenie się o ewentualnych niezgodnościach z umową jeszcze nienabytego przez niego towaru¹⁷.

3.3. ARTYKUŁ 3 UST. 3 USTAWY O SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ

Tezy o braku w stosunkach sprzedaży konsumenckiej wymogu badania przez konsumenta nabywanego towaru nie podważa art. 3 ust. 3 ustawy, jaki nakłada na profesjonalnych sprzedawców obowiązek zapewnienia w miejscu sprzedaży odpowiednich warunków techniczno-organizacyjnych umożliwiających dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego oraz sprawdzenia jego jakości i kompletności, a także funkcjonowania jego głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów. Z treści zawartego w tym artykule przepisu wynika bowiem jedynie tyle, że sprzedawca zobowiązany jest wspomniane w zdaniu poprzednim warunki zagwarantować, samo natomiast to, czy jego klienci faktycznie będą chcieli z tych warunków skorzystać, zdaje się już pozostawione wyłącznie ich uznaniu (własnej woli). W efekcie fakt zapewnienia takich warunków przez konkretnego sprzedawcę bynajmniej nie będzie kreował po stronie osób dokonujących u niego zakupów jakiegokolwiek obowiązku o prawnym charakterze.

Nawet więcej, wydaje się, iż również wtedy, gdy sprzedawca zwraca się do konsumenta z prośbą o skorzystanie z możliwości zbadania towaru, to ten uprawniony jest mu odmówić bez narażenia się na niekorzystne dla siebie skutki prawne¹⁸. Wprowadzanie do obrotu towarów konsumpcyjnych zgodnych z umową jest bowiem obowiązkiem, jaki prawo nakłada na sprzedawcę, i to on, a nie konsument powinien ponosić ryzyko związane z potencjalnym brakiem zgodności takich towarów z umową¹⁹. Za niedozwolone, w sensie

¹⁶ O tego rodzaju czynnościach wspomina Kierzyk (dz. cyt., s. 101).

¹⁷ Tak też: Sobczak (dz. cyt., s. 7).

¹⁸ Tak też: K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 198, a na tle Konwencji wiedeńskiej zob. J a g i e l s k a, dz. cyt., s. 399; zob. też wyrok SN V CSK 293/08 z 3 grudnia 2008 (niepubl.).

¹⁹ Artykuł 2 ust. 1 dyrektywy wprost stanowi o obowiązku sprzedawcy, polegającym na dostarczeniu konsumentowi towarów zgodnych z umową; przy czym zdaniem projektodawców

sprzeczne z ustawą, należałoby przy tym też uważać umowne zobowiązanie się kupującego do zbadania towaru konsumpcyjnego, jaki zamierza on nabyć (będącego przedmiotem umowy sprzedaży). Ustanowienie obowiązku badania w drodze porozumienia stron byłoby ewidentnie sprzeczne z semiimperatywnym charakterem ustawy o sprzedaży konsumenckiej (art. 11 ustawy, stanowiący implementację art. 7 ust. 1 dyrektywy), z racji iż pogarszałoby ono – a nie polepszało – sytuację prawną konsumenta w stosunku do stanu, jaki wynika z art. 7 ustawy. W rezultacie niesłuszne będą te wszystkie twierdzenia, według których sprzedawca będzie mógł się zwolnić z odpowiedzialności z tytułu braku zgodności z umową, ilekroć zaproponował on konsumentowi zbadanie towaru; i to nawet wtedy, gdy propozycja ta miałaby być połączona z ogólną sugestią, iż dany towar może nie być zgodny z umową²⁰.

3.4. ROZSĄDNA OCENA

Skoro z ustawowego wyrażenia „oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć” nie powinno się wywodzić obowiązku badania towaru przed jego nabyciem, w tym „zakamuflowanego”, to powstaje pytanie, jak w takim razie wyrażenie to należy rozumieć²¹. Otóż wydaje się, że ustawa wprowadza w tym miejscu swoiste ułatwienie dowodowe dla podmiotów występujących po stronie sprzedawcy. W praktyce ścisłe udowodnienie posiadania przez konsumenta wiedzy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową mogłoby się nieraz okazać bardzo trudne, a nawet niemożliwe, np. w sytuacji osoby konsumenta niemyślącego racjonalnie lub niezdolnego do dokonywania spostrzeżeń (o ograniczonej poczytalności). Stąd, na mocy art. 7 ustawy, aby zwolnić się z odpowiedzialności, wystarczy, że sprzedawca wykaże fakty, a nie faktyczną wiedzę u konsumenta, jakie dają podstawę, by sądzić, iż oceniający rzecz rozsądnie kupujący nie mógł być nieświadomy istnienia

polskiej ustawy o sprzedaży konsumenckiej „bardziej dobitnym i jednoznacznym” ujęciem tego obowiązku ma być, użyty w art. 4 ust. 1 ustawy, zwrot „sprzedawca odpowiada wobec kupującego, jeżeli towar konsumpcyjny w chwili jego wydania jest niezgodny z umową [...]”; zob. projekt ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego wraz z rządowym uzasadnieniem, s. 20.

²⁰ Por. P e c y n a, dz. cyt., s. 156.

²¹ Niewiele wnosi tu zrównanie oceny rozsądnej z oceną logiczną, jakie zdaje się czynić poseł J. Nowiak. Zob. fragment sprawozdania z pierwszego dnia 24 posiedzenia IV kadencji Sejmu (19 czerwca 2002 r.), pkt 5 porządku dziennego, <http://orka2.sejm.gov.pl/Debata4.nsf/main/627C4C10>.

w danym względzie niezgodności towaru z umową (innymi słowy: nie sposób byłoby twierdzić, iż w zaistniałym stanie faktycznym „rozsądny” konsument o danej niezgodności nie wiedział). Mamy tu więc do czynienia z wiedzą hipotetyczną (przypuszczalną), warunkowaną rozsądną oceną kupującego, przy jednoczesnym braku po jego stronie obowiązku dochowania nawet najniższego stopnia staranności celem sprawdzenia zgodności z umową nabywanego towaru. Dla określenia tego, co wchodzi w zakres tej wiedzy, podstawowe zdają się przy tym dwie kwestie: 1) jakiego rodzaju okoliczności – czy wszystkie, jakie wystąpiły w danym stanie faktycznym, czy tylko niektóre z nich – powinno się brać pod uwagę oraz 2) postać (osoba) jakiego dokładnie konsumenta winna stanowić punkt odniesienia, czy tego, który faktycznie nabył niezgodny z umową towar, czy też jakiegoś innego, „abstrakcyjnego” („wzorcowego”, „idealnego”), a więc problem tzw. modelu konsumenta.

Ad 1. Wydaje się, że przy określaniu postulowanej (hipotetycznej) wiedzy kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową uwzględniać będziemy w szczególności okoliczności takie, jak to: a) czy kupujący badał, czy to z własnej inicjatywy, czy na prośbę sprzedawcy, towar przed zawarciem umowy (w przypadku towarów w fabrycznych opakowaniach taka możliwość z reguły nie występuje) i na czym dokładnie to badanie polegało (oględziny, uruchomienie, sprawdzanie kompletności itp.), w tym czas i warunki, w jakich się ono odbywało („na szybko” czy bez pośpiechu, powierzchownie czy skrupulatnie itd.); b) czy konsument musiał wziąć nabywany towar do ręki, bo na przykład sam go nakładał lub pakował (towary na wagę sprzedawane luzem na stoisku samoobsługowym); c) jakie informacje zostały mu przekazane w tekście umowy, opisie, próbce lub wzorze towaru sporządzonym lub okazanym przez sprzedawcę, publicznych oświadczeniach pochodzących od sprzedawcy, producenta, importera, dystrybutora, podmiotu, który się za producenta podaje, oraz ich przedstawicieli (w tym zwłaszcza na opakowaniu towaru lub jego oznakowaniu), jak i sam sposób podania tych informacji (np. w miejscu łatwym lub trudnym do zauważenia, dużą lub małą czcionką, w warunkach ogólnie sprzyjających/niesprzyjających zapoznaniu się z ich zawartością); d) czy konsument konsultował ze sprzedawcą, jego przedstawicielem (osobą obsługującą klientów), przydatność towaru do określonych celów lub posiadanie przez towar określonych właściwości i jakiej treści odpowiedź została mu udzielona. Niemniej nie powinno się tu również pomijać wszelkich innych faktów, jakie towarzyszyły zawarciu danej umowy, i jakie potencjalnie mogłyby rzutować na wiedzę konsumenta odnośnie do braku zgodności z umową nabywanego przez niego towaru.

Ad 2. W świetle powyższego rodzaju okolicznościach należy następnie ustalić, czy konsument winien był spostrzec, że towar jest niezgodny z umową. Chodzi tu jednak nie o określenie, jakie czynności (działania) powinien on podjąć – jak była o tym mowa w pkt. 3.1, w przypadku sprzedaży konsumenckiej kupujący bez narażania się na negatywne konsekwencje prawne żadnych czynności polegających na badaniu nabywanego towaru podejmować nie musi; obarczenie go takim obowiązkiem godziłoby bowiem w aksjologiczną spójność polskiego systemu prawa i ochronny charakter ustawy/dyrektywy – ale wyłącznie o określenie, jakie spostrzeżenia, oceniając rzecz rozsądnie, powinien był on w konkretnym stanie faktycznym poczynić. By jednak tego dokonać, oprócz odtworzenia wszystkich istotnych elementów tego stanu, konieczne jest jeszcze przyjęcie jakiegoś modelu osoby konsumenta, tj. albo modelu obiektywnego w sensie jakiegoś wzorcowego („idealnego”, „abstrakcyjnego”) konsumenta, albo modelu subiektywnego w sensie tego dokładnie konsumenta, który jest stroną konkretnej umowy sprzedaży. Przy tym bardziej zasadne wydaje się opowiedzenie za pierwszym rozwiązaniem.

Trudno byłoby bowiem uzależniać ponoszenie przez sprzedawcę odpowiedzialności z tytułu braku zgodności towarów konsumpcyjnych z umową od przypadkowych czy wręcz „przygodnych” przymiotów kupującego, tym bardziej jeszcze w sytuacjach, gdy sprzedawca nie ma możliwości dowiedzenia się w prosty sposób o takich przymiotach. Skąd sprzedawca (osoba działająca w jego imieniu) miałby zawsze wiedzieć, że zawierający z nim umowę konsument jest na przykład na coś chory, ma złe samopoczucie, bierze leki lub substancje psychoaktywne, jest łatwowierny, nierozgarnięty czy życiowo niezaradny?²² Tego rodzaju przymioty można by brać pod uwagę co najwyżej w razie, gdy sprzedawca był, a przynajmniej bez konieczności nakładu znacznych środków i starań mógł być, ich świadomy (było dla niego wysoce prawdopodobne, że konsument się nimi odznacza, np. z uwagi, że się on chwieje albo zadaje nedorzeczne pytania). Nawet jednak wówczas różnicowanie odpowiedzialności sprzedawcy w zależności od właściwości („stanu psychicznego”) konkretnego kupującego zdaje się nadmiernie komplikować instytucję

²² Za uwzględnianiem tego typu okoliczności wyraźnie opowiada się J. Szczotka, dz. cyt., s. 73. Na konieczność wzięcia pod uwagę również „warunków i właściwości, w jakich działa konkretny konsument”, zwraca też uwagę Habryn-Motawska, dz. cyt., s. 74.

Notabene, wydaje się, że również w takich przypadkach należałoby konstruować pewien obiektywny (abstrakcyjny) model konsumenta, tzn. byłby to odpowiednio model konsumenta: chorego, źle się czującego, pijanego, łatwowiernego, nierozgarniętego itd.

niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, w jakimś stopniu „dublując” nią instytucję wad oświadczeń woli.

W konsekwencji bardziej pożądané byłoby budowanie obiektywnego (abstrakcyjnego) wzorca osoby konsumenta; choć nie znaczy to, że w każdym przypadku ma być to wzorec ten sam. Słuszne wydaje się bowiem konstruowanie nie jednego, lecz wielu obiektywnych modeli konsumenta, zrelatywizowanych do tej grupy konsumentów, dla których przeznaczony jest towar lub którzy faktycznie dokonują jego nabycia, np. dzieci, młodzież, dorośli, kobiety, mężczyźni, a nawet kierowcy, nurkowie, narciarze (początkujący, zaawansowani, zawodowi) itd.²³ Istotne jest przy tym jednak, że aby móc ustalić, jakie spostrzeżenia winien poczynić wzorcowy konsument w danym stanie faktycznym, konieczne zdaje się przypisanie mu jakichś generalnych cech (przymiotów, właściwości, zdolności, umiejętności). Stąd wskazuje się na przykład, iż należy mieć tu na myśli przeciętnego nabywcę, wraz z jego zdolnością do zauważenia bez nadmiernych trudności oczywistego i obiektywnego braku zgodności z umową²⁴; czy też utożsamia się osobę modelowego konsumenta z osobą świadomą, staranną, wyedukowaną, rozsądną i rozsądnie krytyczną, przeciętnie podejrzliwą, przeciętnie poinformowaną, przeciętnie uważną, rozumiejącą kierowane do niej informacje, mającą orientację w procesach zachodzących na rynku i reagującą na zmieniające się warunki przy podejmowaniu decyzji o zakupie²⁵.

Tym samym, by określić, co stanowi wiedzę postulowaną w konkretnym przypadku, należy mieć na względzie okoliczności (fakty), jakie miały związek z zawarciem danej umowy sprzedaży i jakie potencjalnie mogły mieć wpływ na zakres tej wiedzy, dokonać wyboru modelu konsumenta (subiektywny vs obiektywny), a następnie ustalić, jakie spostrzeżenia poczyniłaby w tych okolicznościach osoba będąca przedstawicielem obranego modelu konsumenta. Warto tu też dodać, że konstrukt, jakim jest wiedza postulowana, *nolens volens* zawiera w sobie element normatywny, to znaczy, nieuchronnie wyznacza on pewną powinność. Jest to jednak powinność jakby innego rodzaju, bo odnosząca się nie do tego, co konsument winien był uczynić (jakie czynności winien on przedsięwziąć), ale do tego, co winien był on zauważyć

²³ Na zasadność budowania odrębnego modelu konsumenta dla każdego rodzaju towaru wskazuje Habryn-Motawska, dz. cyt., s. 73.

²⁴ Zob. K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 202, 203.

²⁵ Zob. tamże, s. 203. Odnośnie do wzorca rozsądnego konsumenta zob. też: H a b r y n - M o t a w s k a, dz. cyt., s. 183-187.

(sposób). Powinność ta istnieje zatem wyłącznie w sferze psychiki, nie dotyczy natomiast obowiązku czynienia, znoszenia lub zaniechania jakiegoś działania mającego skutek w świecie zewnętrznym (materialnym). Jednocześnie jednakże – co można by uznać za swoisty paradoks – w praktyce niewykluczone jest, iż w celu rozwiania ewentualnych wątpliwości co do spostrzeżeń, jakie wzorcowy konsument winien poczynić pod względem (nie)zgodności danego towaru z umową, w interesie kupującego będzie leżało wykonanie czynności, które *de facto* będą sprowadzać się do badania towaru przed jego nabyciem. Chociaż z drugiej strony, wątpliwości te z zasady należałoby rozstrzygać na korzyść konsumenta, jako że zazwyczaj stanowi on zdecydowanie słabszą, a przez to i wymagającą szczególnej ochrony, stronę stosunku prawnego.

3.5. TOWARY NIEPEŁNOWARTOŚCIOWE

Z kategorią wiedzy postulowanej wiąże się również problem towarów przecenionych (niepełnowartościowych) oraz zagadnienie terminu trwałości (końcowej daty przeznaczenia do spożycia), jaki umieszczony został na towarze lub jego opakowaniu ewentualnie w dokumentach wydanych łącznie z towarem²⁶.

Przez towar przeceniony należy rozumieć towar oferowany w sprzedaży po cenie znacznie niższej aniżeli towary identyczne u innych sprzedawców wraz z podaniem informacji „towar przeceniony” lub równoważnej (w tym poprzez przekreślenie ceny „normalnej” albo dotychczasowej i wskazanie w jej miejsce ceny niższej, wynikającej z faktu przeceny); przy czym za szczególną, „niewłaściwą” postać przeceny można by uznać sytuację, w której sprzedawca oferuje towar po cenie niższej, niż czynił to poprzednio, nieodbiegającej jednak od poziomu cen stosowanych przez konkurentów. Towar z oznaczeniem: promocja, okazja, obniżka, oferta specjalna itp., będący w sprzedaży po cenie niższej niż spotykana zazwyczaj, nie będzie natomiast stanowił towaru przecenionego w znaczeniu, o jakim mowa w punkcie niniejszym. Takie oznaczenia wskazują bowiem wyłącznie na „dobrą” cenę, która ma zachęcić konsumenta do dokonania zakupu, bez jakiegokolwiek sugestii co

²⁶ W piśmiennictwie temat ten poruszają m.in.: S i k o r s k a, dz. cyt., s. 63; J. S z c z o t k a, dz. cyt., s. 70 oraz K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 208.

do zaniżonej użyteczności lub funkcjonalności wystawionego na sprzedaż towaru²⁷.

Istotnie, słowo „przecena” ma zazwyczaj konotacje negatywne. To znaczy, mogą się z nim kojarzyć gorsze właściwości (jakość) oferowanego w sprzedaży towaru, np. towary powystawowe, resztki kolekcji, towary drugiego gatunku, towary wybrakowane lub uszkodzone, z rozdartym opakowaniem, przywiedle lub „przebrane” rośliny itd. Nie jest to jednak reguła bezwzględna, ponieważ w praktyce możemy się też natknąć na przeceny sezonowe. W ich przypadku towar nie tyle jest wadliwy (o gorszych właściwościach czy jakości), ile ma mniejszą funkcjonalność (użyteczność) z tej racji, iż kończy się dana pora roku i nie będzie można już z niego, przynajmniej nie od razu, w pełni skorzystać²⁸. Ważne jest zatem pytanie, jakie znaczenie mają przeceny dla odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

Ilekoć wraz z przeceną towaru podana została konsumentowi wyraźna i czytelna informacja o konkretnej niezgodności z umową, sprzedawca za tę niezgodność, z mocy art. 7 ustawy, odpowiedzialności ponosił nie będzie. Wątpliwości rodzi jednak sytuacja, gdy – wystawiając towar na sprzedaż – posłużono się jedynie określeniem przecena i/lub tylko ogólnie zasygnalizowano mogącą wystąpić niezgodność z umową, np. poprzez zamieszczenie uwagi, że towar jest drugiego gatunku lub że jest on wadliwy, niepełnowartościowy, wybrakowany, uszkodzony itp. Po pierwsze, kategorycznie należy się tu sprzeciwić, odosobnionemu zresztą, pogładowi A. Sikorskiej, iż w przypadku rzeczy niepełnowartościowych w ogóle nie zachodzi odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową²⁹. Po drugie, rozsądne wydaje się przyjęcie, że również w odniesieniu do towarów wybrakowanych do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności konieczne jest, aby konsument dysponował wiedzą (czy to faktyczną, czy postulowaną) odnośnie do tego, jakie konkretnie braki mają oferowane mu towary³⁰. Jeśli zaś nie

²⁷ Na okoliczność, iż wyłącznie niższa cena nie może stanowić informacji o właściwościach towaru, zwraca uwagę K o ł o d z i e j (dz. cyt., s. 208).

²⁸ Zgodnie z definicją słownikową przez przecenę należy rozumieć „wyznaczenie niższej ceny niż poprzednia, zwykle na artykuły sezonowe lub towary z wadami”; zob. hasło „przecena” w: *Uniwersalny słownik języka polskiego*, wersja 2.0, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2008.

²⁹ S i k o r s k a, dz. cyt., s. 63.

³⁰ Na niemożność zwolnienia się sprzedawcy z odpowiedzialności poprzez samo tylko określenie towaru jako „niepełnowartościowy, wadliwy lub generalnie niezgodny z umową

wszystkie spośród tych towarów mają braki danego rodzaju (np. tylko część, a nie wszystkie spodnie drugiego gatunku mają skazy), konsument powinien nie tylko „faktycznie” lub „postulatywnie” liczyć się z możliwością ich ewentualnego wystąpienia, ale to wystąpienie powinno być jeszcze w dużym stopniu prawdopodobne. Do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności bynajmniej nie wystarczy tutaj wskazanie kupującemu samej tylko wysoce hipotetycznej, albo kontrfaktycznej, możliwości pojawienia się jakichś niezgodności z umową. Przyjęcie odmiennego rozwiązania dałoby sprzedawcom furtkę do wyłączania odpowiedzialności z tytułu niezgodności towarów konsumpcyjnych z umową – bądź poprzez ogólne stwierdzenie, że znajdujące się u nich w sprzedaży towary są przecenione i niepełnowartościowe, bądź poprzez kazuistyczne wyliczanie braków możliwych, ale statystycznie rzadko występujących w przypadku oferowanych towarów – która to furtka byłaby niewątpliwie trudna do pogodzenia z ochronnym i semiimperatywnym charakterem ustawy (art. 11).

W warunkach sprzedaży konsumenckiej należałoby też stosować regułę, jaką przyjmuje się na gruncie instytucji rękojmi za wady rzeczy sprzedanej, tj. iż sprzedawca ponosi odpowiedzialność za wszystkie wady przecenionej rzeczy (niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową), jakie nie stanowiły powodu uznania tej rzeczy (tego towaru) za niepełnowartościową³¹.

3.6. TERMIN TRWAŁOŚCI

Towary oferowane w sprzedaży konsumenckiej zaopatrzone są często w termin wyznaczający ich trwałość lub zdatność do spożycia. Bez wątpienia, podanie przez producenta tego rodzaju terminu należy uważać za jedną z postaci publicznych zapewnień, za których treść odpowiedzialność ponosi sprzedawca (art. 4 ust. 3 *in fine* ustawy). Tym samym, jeżeli przed upływem takiego terminu towar straci swoje właściwości/stanie się niezdatny do spożycia, będzie to oznaczać, że mamy do czynienia z brakiem zgodności z umową. W dodatku ilekroć termin trwałości (data przydatności do spożycia)

i przez to tańszy” wskazuje J. Szczotka (dz. cyt., s. 70). W przypadku rzeczy niepełnowartościowych również, by zwolnić się z odpowiedzialności z tytułu rękojmi, sprzedawca powinien wyraźnie oznaczyć wady tych rzeczy; zob. Ż u ł a w s k a, [w:] *Komentarz*, s. 65.

³¹ Zob. S k ą p s k i, dz. cyt., s. 123; K a t n e r, [w:] *System*, s. 130-131; K a t n e r, [w:] *Prawo umów handlowych*, red. S. Włodyka, Warszawa 2006², s. 1003, *System Prawa Handlowego*.

będzie dłuższy od okresu, w którym sprzedawca odpowiada z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową z mocy ustawy, fakt podania tego terminu w postaci publicznego zapewnienia należałoby poczytywać za dozwolone prawem wydłużenie odpowiedzialności sprzedawcy z tego tytułu³².

Z drugiej jednak strony przeoczeniem byłoby nie dostrzec, iż określenie terminu trwałości (daty przydatności do spożycia) może też działać na niekorzyść konsumenta. Mianowicie co do zasady należy się tu zgodzić z J. Szczotką, iż zamieszczenie tego rodzaju terminu (daty) na towarze lub jego opakowaniu, ewentualnie na dokumencie dołączonym do towaru, będzie zwalniać sprzedawcę z odpowiedzialności za zachowanie przez towar trwałości (przydatności) po upływie tego terminu³³. Faktyczna lub postulowana wiedza kupującego w przedmiocie terminu trwałości (daty przydatności do spożycia) równa się bowiem wiedzy o niezgodności, jaka ujawni się po nadejściu takiego terminu (daty); aczkolwiek przypisanie konkretnemu kupującemu tej drugiej z prawnie relewantnych postaci wiedzy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową powinno być tutaj uzależnione zarówno od tego, w jaki sposób informacja o terminie trwałości (dacie przydatności do spożycia) została podana (tj. czy łatwo, czy trudno było ją zauważyć), jak i od tego, jakiej minimalnie długości terminu trwałości (daty przydatności do spożycia) w przypadku towarów danego rodzaju przedstawiciel danego modelu konsumenta mógł się spodziewać.

4. WIEDZA PRAWNA

Nie wydaje się słuszny pogląd, według którego konsument zawsze będzie dysponował wiedzą – w rozumieniu art. 7 ustawy – o jawnych wpisach do rejestrów, z których wynika, że towar obciążony jest prawem osoby trzeciej, i z którymi wiąże się domniemanie powszechnej znajomości zawartych w nich informacji³⁴. Domniemanie takie wprowadza do porządku prawnego

³² Analogiczne stanowisko na tle rękojmi za wady rzeczy sprzedanej zajmuje Żuławska, [w:] *Komentarz*, s. 60.

³³ J. S z c z o t k a, dz. cyt., s. 70.

³⁴ Taki pogląd prezentuje J. Pisuliński, [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 7, Warszawa 2004², s. 181, a na tle rękojmi za wady rzeczy sprzedanej w odniesieniu do wpisów jawnych w księgach wieczystych Ż u ł a w s k a, [w:] *Komentarz*, s. 65 oraz S k a p s k i, dz. cyt., s. 122.

fikcję prawą, iż niezależnie od faktycznie posiadanej przez daną osobę wiedzy, uważa się, że znane są jej dane wpisane do rejestru, a tym samym nie może się ona zasłaniać brakiem wiedzy w przedmiocie tych danych. Jednakże domniemanie to wydaje się ustanowione głównie z myślą o ochronie podmiotów, których prawa zostały w danym rejestrze ujawnione (bądź też podmiotów, które będąc w dobrej wierze, podjęły jakieś działania w zaufaniu do treści danego wpisu), a nie w celu umożliwienia unikania odpowiedzialności umyślnie zatajającym przed swoimi kontrahentami istotne informacje, a przez to odznaczających się złą wiarą uczestnikom obrotu. W relacjach poprzedzających zawarcie umowy sprzedaży posiłkowo zastosowanie mógłby tu też znaleźć art. 546 k.c., w myśl którego do obowiązków sprzedawcy należy poinformowanie kupującego o stosunkach prawnych dotyczących rzeczy sprzedanej. Nie wydaje się przy tym, aby spod tego obowiązku – kierując się dyrektywą wykładni *lege non distinguende* – wyjęte zostały stosunki prawne, o których można powziąć wiadomość z powszechnie dostępnych rejestrów; wprost przeciwnie, z uwagi na z reguły znaczną wagę danych wpisywanych do tego typu rejestrów to właśnie o ich zawartości w pierwszej kolejności powinien informować kupującego sprzedawca. W rezultacie zasadne wydaje się przyjęcie, iż ujawnienie prawa osoby trzeciej w rejestrze zastawów lub rejestrze zastawów skarbowych, choć niewątpliwie będzie chronić uprawnionego, to jednak nie pozwoli zwolnić się sprzedawcy z odpowiedzialności z tytułu braku zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, ilekroć ten nie wykaże istnienia po stronie konsumenta faktycznej lub postulowanej wiedzy o tym prawie (przy czym, z braku obowiązku jakiegokolwiek badania towaru przed jego nabyciem, należałoby wyprowadzać wniosek o obowiązku sprawdzania zawartości wpisów dokonanych we wspomnianych rejestrach)³⁵.

Z pewnością nie będzie się natomiast dało ustanowić fikcji prawnej odnośnie do wiedzy kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową na drodze porozumienia stron. Postanowienia umowy, zawierające stwierdzenie, iż konsument został poinformowany, iż znane są mu wszelkie potencjalnie możliwe braki zgodności towaru z umową, jako że w sposób ewidentny zmierzają one do obejścia semiimperatywnego charakteru ustawy o sprzedaży konsumenckiej, należy uważać za *ex lege* nieważne (art. 58 k.c. oraz art. 11 ustawy). Ponadto nie powinno tu umykać uwadze, iż w zd. 2 art. 11 ustawy *expressis verbis* został przewidziany zakaz wyłączenia lub ograniczania

³⁵ Podobnie wydaje się Kołodziej, dz. cyt., s. 205.

uprawnień, przyznanych kupującemu na wypadek braku zgodności z umową, drogą oświadczeń, iż wie on o wszelkich niezgodnościach nabywanego towaru z umową (wysublimowanym przykładem tego typu umownej fikcji prawnej są klauzule w umowach sprzedaży samochodów używanych, stanowiące, że nabywany pojazd jest niezdatny do użytku/stanowi wrak wówczas, gdy z okoliczności wynika, że pojazd ten nabywany jest jako towar w pełni wartościowy³⁶). Zatem zwrócenie konsumentowi uwagi na zachodzącą niezgodność z umową, aby odnieść skutek w postaci zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności, musi zawsze dotyczyć konkretnej niezgodności, a ewentualne wątpliwości w tym względzie winny być rozstrzygane na korzyść tego pierwszego³⁷. Co więcej, postanowienia umowy traktujące o poszczególnych niezgodnościach nabywanego towaru z umową należy oceniać przez pryzmat kategorii wiedzy faktycznej i postulowanej, ponieważ to dopiero wystąpienie po stronie kupującego którejś z nich, a nie sama treść zawartej przez niego umowy będzie prowadzić do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności³⁸.

Szczególnego rodzaju wątpliwości budzi wskazanie, zarówno w tekście umowy, jak i w inny sposób, tylko na prawdopodobieństwo wystąpienia konkretnej niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową³⁹. Mianowicie, jak

³⁶ Nawiązując do niemieckiego porządku prawnego, o praktyce określania nabywanego samochodu mianem „wraku” w celu wyłączenia odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową pisze P. Rott, *German Sale Law Two Years after the Implementation of Directive 1999/44/EC*, „German Law Journal” 5(2004), nr 3, s. 247; w przedmiocie innych określeń, takich jak „pojazd dla majsterkowiczów” lub „pojazd na złom”, zob. P. M a n k o w s k i, B. S c h n e i d e r, A. W u d a r s k i, *Wybrane aspekty prawa sprzedaży towarów konsumpcyjnych*, „Rejent” 14(2004), nr 8, s. 54.

³⁷ Zob. P i s u l i ń s k i, dz. cyt., s. 187; K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 196-197 oraz S z c z o t k a, dz. cyt., s. 70. W kontekście oświadczeń kupującego, z których wynika, że wie on o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, w przedmiocie postanowień umownych, jakie zostały uznane za klauzule niedozwolone (abuzywne), zob. K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 218-219.

³⁸ Podobnie wydaje się Pisuliński. Autor ten twierdzi mianowicie, iż zamieszczenie w umowie oświadczenia, że kupującemu znana jest konkretna niezgodność towaru z umową, nie odbiera konsumentowi możliwości przeprowadzenia dowodu, iż w rzeczywistości o tej niezgodności nie wiedział. Zob. P i s u l i ń s k i, dz. cyt., s. 187-188.

Problematyczna pozostaje tu kwestia określania przedmiotu sprzedaży w sposób wskazujący na chęć wykorzystania nabywanego towaru do innych celów aniżeli typowe, np. jako przedmiotu kolekcjonerskiego lub do rozbiórki („na części”). Wydaje się, że takie przypadki wciąż należy rozpatrywać w kategoriach wiedzy kupującego o niezgodności (faktycznej i postulowanej), a nie w świetle zasady swobody umów. Odmienne na tle dyrektywy zdają się uważać Stijns i van Gerven (dz. cyt., s. 244-245).

³⁹ O braku możliwości zwolnienia się sprzedawcy z odpowiedzialności poprzez zazna-

była już o tym mowa w pkt. 3.3 za skuteczne należałoby uznać takie wskazanie jedynie wtedy, gdy prawdopodobieństwo, na jakie zwraca ono konsumentowi uwagę, jest znaczne, a przynajmniej nie jest znikome, oraz pod warunkiem, że konsument traktuje możliwość wystąpienia konkretnej niezgodności poważnie w sposób faktyczny lub „postulowany” (oceniając rozsądnie, nie może się on z tą możliwością nie liczyć). Ponadto wydaje się, że wskazaniu na prawdopodobieństwo zaistnienia konkretnej niezgodności z umową powinna też towarzyszyć informacja, jak wysokie statystycznie jest to prawdopodobieństwo, np. 90 czy 50% oferowanych w sprzedaży egzemplarzy; dopiero bowiem wówczas interesy konsumentów nie będą doznawać uszczerbku. Podanie natomiast do wiadomości, iż jakaś niezgodność występuje jedynie w niskim odsetku, np. w 5 czy 3% przypadków, należało by uznać za działanie *in fraudem legem*, i z tych względów za niemogące stanowić podstawy do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności (art. 11 ustawy). Do takiego zwolnienia nie wystarczy tu też samo poproszenie konsumenta o zbadanie towaru celem wykrycia ewentualnie mogącej zachodzić niezgodności; prośba taka, by była skuteczna, musiałaby być połączona z jednoznacznym wskazaniem, iż konkretna niezgodność faktycznie zachodzi, a więc że istnieje wysokie prawdopodobieństwo jej wystąpienia. Co więcej, za zmierzające do obejścia semiimperatywnego charakteru ustawy o sprzedaży konsumenckiej – jak się wydaje – trzeba by również uważać wskazanie, czy to w tekście umowy, czy w inny sposób, na istnienie niezgodności lub jej prawdopodobieństwo, ilekroć z okoliczności wynika, iż wskazanie to poczynione było w złej wierze, tj. dana niezgodność mogła w rzeczywistości wcale nie istnieć lub prawdopodobieństwo jej wystąpienia zostało zawyżone.

Notabene wydaje się, że także wtedy, gdy wiedza kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, zarówno ta faktyczna, jak i postulowana, nie bierze się z informacji pochodzącej od sprzedawcy (osoby działającej na jego rzecz lub w jego imieniu), ażeby mógł znaleźć zastosowanie art. 7 ustawy, musi być ona wiedzą o konkretnej niezgodności, ewentualnie o wysokim prawdopodobieństwie wystąpienia takiej niezgodności.

Na koniec warto też dodać, iż za nietrafny trzeba uznać pogląd A. Kołodziej, że – pomimo posiadania przez kupującego wiedzy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową – nie dojdzie do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności, jeśli ten pierwszy w chwili nabycia zgłosi tę nie-

czenie, że istnieje prawdopodobieństwo powstania niezgodności w trakcie użytkowania danego towaru, wspomina Szczotka, dz. cyt., s. 70; zob. też K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 197.

zgodność sprzedawcy i zastrzeże brak jej akceptacji albo zamiar wykonywania uprawnień z gwarancji ustawowej albo umownej⁴⁰. Wszak w świetle art. 7 ustawy wiedza kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową z mocy prawa odpowiedzialność sprzedawcy wyłącza; i jedynie zgodną wolą stron, w myśl zasady swobody umów, a nie poprzez jednostronne oświadczenie kupującego, można ten skutek próbować zmienić (tzw. zasada *numerus clausus* jednostronnych czynności prawnych). Notabene, samo zawarcie porozumienia tej treści należy uważać za prawnie dopuszczalne, jako że zmierza ono do polepszenia sytuacji prawnej konsumenta, a tym samym nie narusza semiimperatywnego charakteru postanowień ustawy⁴¹.

5. WIEDZA PO STRONIE SPRZEDAWCY

W przypadku posiadania przez konsumenta wiedzy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, zarówno tej faktycznej, jak i postulowanej, irrelewantne pozostaje już to, czy również sprzedawca taką wiedzą dysponował. Także wtedy, gdy ten ostatni nie wie nic o niezgodności danego towaru z umową, będzie on zwolniony z odpowiedzialności, ilekroć tylko o tej niezgodności wiedział kupujący⁴². To samo dotyczy sytuacji, w której sprzedawca miał wiedzę o niezgodności towaru z umową, a konsument o tej niezgodności nie dowiedział się od niego, tylko sam niezgodność zauważył lub oceniając rozsądnie powinien był zauważyć, tj. miał o niej wiedzę faktyczną lub postulowaną⁴³. Osoba, która decyduje się na nabycie towaru, o jakim

⁴⁰ K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 196.

⁴¹ Podobnie na tle dyrektywy: Grundmann, w: *EU Sales Directive. Commentary*, s. 144.

⁴² Tak też: G r u n d m a n n, tamże, s. 144.

⁴³ Por. jednak pogląd A. Kołodziej, iż w razie „zatajanie przez sprzedawcę niezgodności, która w przeciwnym wypadku byłaby zauważalna, uznać należy, że nie ma po stronie kupującego powinności wiedzy o tej niezgodności” (dz. cyt., s. 203-204). Również Grundmann na tle art. 2 ust. 3 dyrektywy podaje, że konsument zobowiązany jest podejmować środki ostrożności tylko tak daleko, jak jest to łatwiejsze dla niego niż osoby sprzedawcy. W dodatku autor ten mówi tu też o podziale odpowiedzialności pomiędzy kupującego i sprzedawcę wówczas, gdy ten ostatni ze swojej winy przyczynił się (w domyśle) do szkody, jaką poniósł kupujący, nabywając towar, który nie jest zgodny z umową. Takie twierdzenia mogłyby sugerować, iż nieujawnienie przez sprzedawcę niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o której był on wiedział lub mógł się dowiedzieć w sposób prostszy aniżeli konsument, skutkuje – przynajmniej w jakiejś części – brakiem po jego stronie możliwości zwolnienia się z odpowiedzialności za taką niezgodność (*EU Sales Directive. Commentary*, s. 145; zob. też *Consumer*, s. 242).

wie, że jest on niezgodny z umową, *per facta concludentia* akceptuje tę niezgodność, uznając, że transakcja mimo wszystko jest dla niej korzystna⁴⁴.

6. MOMENT ZAWARCIA UMOWY SPRZEDAŻY

Uchwalając w 2002 r. ustawę o sprzedaży konsumenckiej polski prawodawca nie określił wyraźnie chwili, w jakiej konsument winien był wiedzieć o niezgodności towaru z umową, aby mogło dojść do zwolnienia sprzedawcy z odpowiedzialności. W myśl postanowień dyrektywy i, będącej jej pierwowzorem, Konwencji wiedeńskiej rozstrzygający jest tu moment zawarcia umowy sprzedaży. Mimo to jednak, odstępując od nakazu wykładni prawa krajowego w zgodzie z dyrektywą (prawem Unii Europejskiej), w polskim piśmiennictwie próbowano wprowadzać rozróżnienie w zależności od tego, czy mamy do czynienia ze sprzedażą towarów (rzeczy) oznaczonych co do gatunku/przyszłych, czy ze sprzedażą towarów (rzeczy) oznaczonych co do tożsamości; przyjmując, że dla tych pierwszych decydująca ma być chwila zawarcia umowy sprzedaży, a dla tych drugich moment wydania towaru⁴⁵. Pewnym argumentem za takim rozróżnieniem mogło być przy tym to, że nie podając wprost chwili relewantnej dla wiedzy kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, polski ustawodawca w sposób świadomy odstąpił od rozwiązania przewidzianego w dyrektywie; w konsekwencji czego *per analogiam* zastosowanie winny znaleźć przepisy obowiązujące na gruncie rękojmi za wady rzeczy sprzedanej, tj. art. 557 § 1 i 2 k.c., zgodnie z którymi sprzedawca jest zwolniony z odpowiedzialności wówczas, gdy kupujący wiedział o wadzie w chwili zawarcia umowy, a gdy przedmiotem sprzedaży są rzeczy oznaczone co do gatunku lub rzeczy przyszłe w momencie ich wydania⁴⁶.

Na skutek wejścia w życie noweli z dnia 21 maja 2009 r. (Dz. U. z 2009 r., nr 115, poz. 960) w dniu 21 sierpnia 2009 r. doszło jednakże do zmiany dotychczasowego brzmienia art. 7 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Uściślono mianowicie, iż wiedza kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, ażeby być wiedzą zwalniającą sprzedawcę z odpowiedzialności, winna występować w chwili zawarcia umowy; zbliżając tym sposobem

⁴⁴ Zob. też G r u n d m a n n, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, s. 144.

⁴⁵ Tak Szczotka, dz. cyt., s. 70. Odmienne, tj. z chwilą zawarcia umowy, opowiadali się Pecyna (dz. cyt., s. 158) oraz Pisuliński (dz. cyt., s. 187).

⁴⁶ Zob. S z c z o t k a, dz. cyt., s. 70.

literę ustawy do treści art. 2 ust. 3 Dyrektywy oraz art. 35 ust. 3 Konwencji wiedeńskiej⁴⁷. W efekcie odpadła też wymieniona w akapicie wyżej podstawa (argument) dla rozróżniania przypadku nabywania rzeczy (towarów) oznaczonych co do gatunku/przyszłych od przypadków nabywania rzeczy (towarów) oznaczonych co do tożsamości. Obecnie relewantny będzie zawsze moment zawarcia umowy sprzedaży. Niemniej należy tu zauważyć, że z powodu wzmiankowanej zmiany w treści art. 7 ustawy, reguła zawarta w tym artykule będzie w odniesieniu do towarów, stanowiących rzeczy przyszłe lub oznaczone tylko co do gatunku, w dużej mierze bezprzedmiotowa. Ponieważ takie towary z definicji powstaną/zostaną skonkretyzowane dopiero po zawarciu umowy sprzedaży, tylko w wyjątkowych sytuacjach – jeśli w ogóle – konsument będzie mógł być w stanie wiedzieć o ich niezgodności w momencie zawierania takiej umowy (wydaje się, że będzie to możliwe na przykład w razie wskazania przez sprzedawcę – jeszcze przed związaniem się umową – iż dany towar, choć dzisiaj jeszcze nie istnieje tudzież nie jest skonkretyzowany, po powstaniu/wydaniu nie będzie odznaczał się jakimiś właściwościami lub nie będzie nadawał się do pewnych celów).

Warto również odnieść się tu do możliwości, jaką na tle dyrektywy dopuszcza S. Grundmann, tj. potraktowania zachowania kupującego mającego miejsce po dacie zawarcia umowy sprzedaży, jako dorozumianej zgody na zmianę treści tej umowy w zakresie określającym jakość nabywanego towaru⁴⁸. Mianowicie, wydaje się, że takie późniejsze zachowanie kupującego, z jakiego wynika, iż akceptuje on niezgodność nabytego towaru z umową, należałoby uważać nie tyle za modyfikację treści umowy sprzedaży, ile za zrzeczenie się uprawnień przyznanych kupującemu na wypadek niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową; przy czym wola takiego zrzeczenia się, z uwagi na potrzebę ochrony konsumentów przed wykorzystywaniem przez profesjonalnych sprzedawców swojej silniejszej pozycji, powinna być zawsze uzewnętrzniona w sposób jednoznaczny (niepozostawiający jakichkolwiek wątpliwości co do jej istnienia). Ponadto, w odniesieniu do polskiego porządku prawnego, trzeba pamiętać, że polski ustawodawca skorzystał

⁴⁷ Obecnie art. 7 ustawy brzmi: „Sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący w chwili zawarcia umowy o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. To samo odnosi się do niezgodności, która wynikła z przyczyny tkwiącej w materiale dostarczonym przez kupującego”. Co przy tym znamienne, nowela z dnia 21 maja 2009 r. była przedmiotem krytyki, i to już na etapie procesu legislacyjnego; zob. K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 209-211.

⁴⁸ G r u n d m a n n, [w:] *EU Sales Directive. Commentary*, s. 146.

z opcji, przewidzianej w art. 5 ust. 2 Dyrektywy, nakładając na kupującego wymóg powiadomienia sprzedawcy o dostrzeżonym braku zgodności towaru konsumpcyjnego z umową w terminie dwóch miesięcy pod rygorem utraty uprawnień, jakie przysługują mu z tytułu niezgodności (art. 9 ust. 1 ustawy). W efekcie milczenie konsumenta, pomimo posiadania wiedzy o konkretnej niezgodności z umową, przez wspomniany okres można by tu postrzegać jako swego rodzaju dorozumianą, a zarazem zwalniającą sprzedawcę z odpowiedzialności, zgodę na taki stan. Tym samym, możliwość wyrażenia takiej zgody *per facta concludentia* w inny sposób, tym bardziej jeszcze w sytuacji, gdy między stronami nie dochodzi do zawarcia ugody, wydaje się dość mocno ograniczona.

7. CIĘŻAR DOWODU

W kontekście zagadnień omówionych w niniejszym artykule i przeprowadzonych na ich tle wywodów, oczywiste pozostaje, że dowód w przedmiocie wiedzy kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową (w tym występowanie tej wiedzy w momencie zawarcia umowy sprzedaży) spoczywa wyłącznie na sprzedawcy. To on, a nie konsument wywodzi bowiem z tego faktu skutki prawne (art. 6 k.c.)⁴⁹. Za nietrafny należy przy tym też uznać pogląd A. Kołodziej, zgodnie z którym ułatwieniem dowodowym dla sprzedawcy będzie tu m.in. okoliczność, iż zorganizował on miejsce, w jakim jego klienci mogą dokonać sprawdzenia towaru⁵⁰. Jak była o tym mowa w pkt. 3.1 i 3.2, konsument nie ma żadnego obowiązku dokonywania czynności polegających na badaniu nabywanego towaru, przez co nie można go z tego powodu, iż takich czynności nie podjął, pomimo istnienia w tym względzie praktycznej możliwości, obciążać negatywnymi konsekwencjami prawnymi; a do takich konsekwencji sprowadzałyby się właśnie niekorzystne dla konsumenta zmiany („przesunięcia”) w rozkładzie ciężaru dowodu.

*

Podsumowując należy zauważyć, iż w warunkach sprzedaży konsumenckiej sprzedawca jest zwolniony z odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru

⁴⁹ Tak też na gruncie dyrektywy: S t i j n s i v a n G e r v e n, dz. cyt., s. 246.

⁵⁰ K o ł o d z i e j, dz. cyt., s. 213-214.

konsumpcyjnego z umową, ilekroć kupujący wiedział o tej niezgodności; przy czym rozstrzygający – niezależnie od tego, czy mamy do czynienia z rzeczami (towarami) oznaczonymi co do gatunku/przyszłymi, czy rzeczami (towarami) oznaczonymi co do tożsamości – jest tu moment zawarcia umowy. Wiedzą, zwalniającą sprzedawcę z odpowiedzialności, jest jednak nie tylko wiedza faktycznie, w znaczeniu rzeczywiście, posiadana przez konkretnego kupującego, ale również wiedza domniemana (postulowana). Do ustalenia zakresu tej drugiej konieczne jest wzięcie pod uwagę okoliczności, jakie towarzyszyły zawarciu danej umowy sprzedaży, i jakie potencjalnie mogły być źródłem informacji o niezgodności nabywanego towaru z umową, jak również obranie któregoś z teoretycznie możliwych modeli konsumenta: albo obiektywnego, albo subiektywnego. Konsekwencją wprowadzenia kategorii wiedzy postulowanej (domniemanej) nie jest jednakże powstanie po stronie konsumenta obowiązku badania towaru, jaki zamierza on nabyć (oglądania tego towaru, rozpakowywania go, liczenia elementów jego wyposażenia, sprawdzania funkcjonalności jego mechanizmów i podzespołów itd.). Taki obowiązek w stosunkach sprzedaży konsumenckiej, ze względu na konieczność zachowania aksjologicznej spójności polskiego systemu prawa oraz ochronny charakter dyrektywy nr 1999/44/WE (Dz.Urz. WE L 171, z 07.07. 1999 r.), byłby bowiem bardzo trudny do utrzymania.

W konsekwencji celem wprowadzenia kategorii wiedzy postulowanej zdaje się być nie wprowadzanie nieznanego polskiemu porządkowi prawnemu obowiązku badania towaru przed jego nabyciem, ale ustanowienie swobodnego ułatwienia dowodowego. Dzięki niemu sprzedawca, aby zwolnić się z odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową, nie musi wykazywać wiedzy faktycznie przez kupującego posiadanej (co w wielu przypadkach mogłoby się okazać zadaniem niełatwym, jeśli nie praktycznie niewykonalnym); wystarczy, że wykaże tylko wiedzę, jaką kupujący w danym stanie faktycznym mieć powinien, gdyby oceniał rzecz rozsądnie.

Niedozwolone jest przy tym ustanawianie, za pomocą odpowiednio sformułowanych postanowień umowy, fikcji prawnych, że konsument wie o wszelkich niezgodnościach nabywanego towaru z umową. Postanowienia tego rodzaju stanowią obojętne semiimperatywnego charakteru ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002 r., nr 141, poz. 1176, wraz z późniejszymi zmianami), stojąc w oczywistej sprzeczności z przepisem art. 11 zd. 2 tej ustawy. Stąd, ażeby skutecznie móc powoływać się na wiedzę kupującego o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, sprzedawca winien wskazać konsumentowi na tę niezgodność w sposób konkretny. Wymogu tego nie

spełnia podanie samej tylko ogólnej informacji, iż towar jest wybrakowany (przeceniony) albo że stanowi on tzw. drugi gatunek; podobnie jak i wskazanie na nieznaczne tylko prawdopodobieństwo wystąpienia konkretnej niezgodności czy na prawdopodobieństwo wysokie, ale statystycznie zawyżone. Może mu natomiast zadośćuczynić zamieszczenie na towarze lub jego opakowaniu terminu trwałości albo daty przydatności do spożycia – tj. w sensie, iż sprzedawca nie będzie odpowiadał za utratę przez towar po upływie tego terminu (daty) swojej trwałości/zdatności do spożycia.

Jak się wydaje, z wiedzą konsumenta nie można też utożsamiać zawartości wpisów w jawnych rejestrach. Domniemanie powszechnej znajomości takich wpisów, choć niewątpliwie chroni osoby, których prawa zostały w danym rejestrze ujawnione, nie powinno dotyczyć wewnętrznych relacji między sprzedawcą a kupującym, jeśli miałyby działać na niekorzyść tego drugiego. Tym samym kupujący niedysponujący wiedzą faktyczną lub postulowaną o prawach ujawnionych w poszczególnych rejestrach będzie mógł w pełni skorzystać z uprawnień przyznanych mu na wypadek niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Większego znaczenia nie ma z kolei okoliczność, czy również sprzedawca miał wiedzę o konkretnej niezgodności z umową, o jakiej wiedział lub powinien wiedzieć konsument. Niezależnie bowiem od tego, co wie, a czego nie wie sprzedawca, wiedza faktyczna lub postulowana po stronie kupującego o konkretnej niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową będzie skutkować zwolnieniem sprzedawcy z odpowiedzialności.

KNOWLEDGE OF NON-CONFORMITY OF THE CONSUMER GOOD WITH THE CONTRACT

S u m m a r y

According to Polish private law, the seller is not responsible for non-conformity of consumer goods with the contract of sale when the purchaser knows about the non-conformity or, judging reasonably, should have known about it. The article aims to elucidate what this exclusion means, especially how the requirement of the possessing of knowledge of the non-conformity conditioned by reasonable judgment ought to be interpreted. *Inter alia*, the deliberations encompass issues such as the obligation to examine goods before the moment of a contract being concluded, knowledge of the contents of public registers in which rights of third parties burdened a specific good have been disclosed, an indication given by the seller that a product does not conform the contract, or general problems of cut-price and sub-standard goods.

Słowa kluczowe: wiedza, niezgodność, umowa, sprzedaż, konsumencka.

Key words: knowledge, non-conformity, contract, consumer, sale.